



هر آنچه باید درباره طراحی لوگو بدانید

راهنمای جامع آموزش طراحی حرفه‌ای
لوگو برای طراحان گرافیک و کارفرمایان



یک پیشنهاد ویژه
در صفحه آخر
dizyer.com

مرجع: ترجمه و تالیف: محتوای اختصاصی سایت دیزیار
حامد میرزاآقایی (کارشناس برند سازی و بازاریابی)
امیر فراهانی (طراح گرافیک بین المللی)

۱	مقدمه
۲	آموزش طراحی لوگو در پنج مرحله
۳	۱- چرا به یک لوگو نیاز دارید و چرا باید فوق العاده باشد؟
۴	۲- پیش از اینکه طراحی لوگویتان را آغاز کنید
۴	* هویت برندتان را تعریف کنید.
۴	* الهاماتی را بیابید.
۵	* کارتان را با طوفان مغزی آغاز کنید.
۵	آموزش استفاده از اثر گشتالت در طراحی لوگو
۷	* یک تابلوی احساسات بسازید.
۸	* به رقابت توجه کنید.
۱۱	۳- چگونه لوگویتان را طراحی کنید؟
۱۱	* سبک طراحی‌تان را انتخاب کنید.
۱۲	سنتی یا سبک قدیمی
۱۳	مدرن، ساده و مینیمالیستی
۱۴	جالب و عجیب
۱۵	دست ساز
۱۵	نمی‌توانید فقط یک سبک را انتخاب کنید؟
۱۵	با چه نرم افزاری لوگو طراحی کنیم
۱۶	* مناسب‌ترین نوع لوگو را بیابید.
۱۷	۱- طرح حروف (یا لوگوهای اسامی)
۱۷	۲- طرح نشان کلمه (یا حروف اسم شرکت)
۱۸	۳- نشان‌های تصویری (یا سمبل‌های لوگو)
۱۹	۴- نشان‌های لوگوی انتزاعی
۱۹	۵- نمادهای انسان یا حیوان
۱۹	آموزش طراحی لوگو به شیوه اصول عصب شناسی مغز
۲۰	۶- نشان مرکب
۲۱	۷- لوگوی نماد
۲۱	* به رنگ توجه کنید.
۲۷	ترکیب رنگ‌ها
۲۸	طراحی لوگو با دایره
۳۰	طرح نوشته‌ی مناسب را انتخاب کنید.
۳۱	۱- فونت‌های سریف
۳۱	۲- فونت‌های سنس سریف
۳۲	۳- فونت‌های دست نوشته
۳۳	۴- فونت‌های نمایشی
۳۳	* در کنار هم قرار دادن عناصر طراحی‌تان
۳۵	۴- برنامه ریزی فرایند طراحی برند
۳۵	با طراحان گفت و گو کنید.
۳۶	گزینه‌هایتان را ارزیابی کنید.
۳۶	آموزش پنج اصل مهم در طراحی لوگو
۳۹	نبایدهای طراحی یک لوگو
۴۱	۵- اکنون می‌دانید یک لوگو را چگونه طراحی کنید.
۴۳	یک پیشنهاد ویژه

هر آنچه باید درباره طراحی لوگو بدانید

آیا تا به حال برندی بزرگ را بدون لوگو دیده‌اید؟ خیر؟ این موضوع به این دلیل است که هیچ برندی اینگونه نیست. یک لوگو، تاثیری عظیم بر درک مشتری از برند دارد. پس طبعاً شما می‌خواهید لوگویتان متمایز باشد. اما چگونه می‌توانید به این موضوع دست یابید؟

نگران نباشید! راهنمای موجود، به شما تمامی مواردی را که برای طراحی لوگویی فوق العاده (برای مشتری و یا کسب و کارتان خودتان) نیاز دارید، آموزش می‌دهد. از تعریف هویت برندتان و درک اینکه چه چیزی یک لوگوی عالی را می‌سازد گرفته تا اتخاذ تصمیمات صحیح طراحی و راهنمایی در فرایند طراحی. ما این‌جاییم تا شما را در تمامی مراحل این راه، راهنمایی کنیم.

آموزش طراحی لوگو در پنج مرحله

۱- دلیل نیازتان به لوگو را درک کنید.

۲- پیش از آغاز طراحی برندتان، برنامه ریزی کنید.

هویت برندتان را تعریف کنید.

الهاماتی را بیابید.

رقبایتان را بررسی کنید.

۳- لوگویتان را طراحی کنید.

سبک طراحی‌تان را انتخاب کنید.

مناسب‌ترین نوع لوگو را بیابید.

به رنگتان توجه کنید.

مناسب‌ترین طرح نوشته را بیابید.

۴- فرایند طراحی را برنامه ریزی کنید.

با طراحان گفت و گو کنید.

گزینه‌هایتان را ارزیابی کنید.

نبایدهای طراحی لوگو را بشناسید.

۵- از لوگویتان استفاده کنید.

۱- چرا به یک لوگو نیاز دارید و چرا باید فوق العاده باشد؟



کسب و کار واقعاً همانند یک قرار ملاقات عاشقانه است؛ شما در تلاش هستید تا مشتریان مناسب را جذب کرده و آن‌ها را کاملاً عاشق و دلباخته‌ی برندتان سازید. پس لوگویتان را به عنوان عکستان بر روی پروفایل یک سایت دوست‌یابی در نظر بگیرید. این عکس باعث خواهد شد که افراد به شما علاقه مند شده و بخواهند شما را بیشتر بشناسند (و یا به شما توجه نکنند، زیرا برای آن‌ها مناسب نیستید). شما می‌خواهید به بهترین شکل دیده شوید، اینطور نیست؟ لوگویتان، تاثیری عظیم بر برداشت اولیه از کسب و کارتان خواهد داشت: به مشتری درباره‌ی برندتان اطلاعات می‌دهد تا تصمیم بگیرند برای آن‌ها مناسب هستید یا خیر.

به دلیل اینکه لوگو، جزئی اساسی از برندتان است، باید مطمئن شوید که به درستی ایجاد می‌شود. این لوگو بر روی تمامی لوازم برندتان حک شده و در وبسایت، روی بسته بندی و کارت‌های تجاری شرکت وجود خواهد داشت. تصویرش را بکنید! یک طراحی عالی و حرفه‌ای لوگو نه تنها قدرت انتقال ماهیت شما را دارد، بلکه تاثیری خوب بر برداشت اولیه از برند داشته و به شما کمک می‌کند تا در صحنه‌ی رقابت برجسته باشید.

۲- پیش از اینکه طراحی لوگویتان را آغاز کنید

* هویت برندتان را تعریف کنید.

شما می‌خواهید که این لوگو، هویت برندتان را منتقل سازد و بدین منظور، ابتدا باید دریابید که هسته‌ی اصلی هویت برندتان چیست. زمانی که به طور واضح دریافتید که چه چیزی شما را منحصر به فرد ساخته و برندتان بیانگر چیست، تصمیم‌گیری درباره‌ی گزینه‌های طراحی که آن تصویر را تکمیل و کامل می‌سازند، بسیار آسان‌تر خواهد بود.

برای اینکه بفهمید هویت برندتان چیست، می‌توانید سوالات زیر را از خودتان (و یا از مشتری) بپرسید:

۱- چرا این کسب و کار را آغاز کردیم؟

۲- چه باورها و ارزش‌هایی برای ما، به عنوان یک شرکت، اهمیت دارند؟

۳- ما چه کاری را بهتر از دیگران انجام می‌دهیم؟

۴- چه چیزی ما را خاص می‌سازد؟

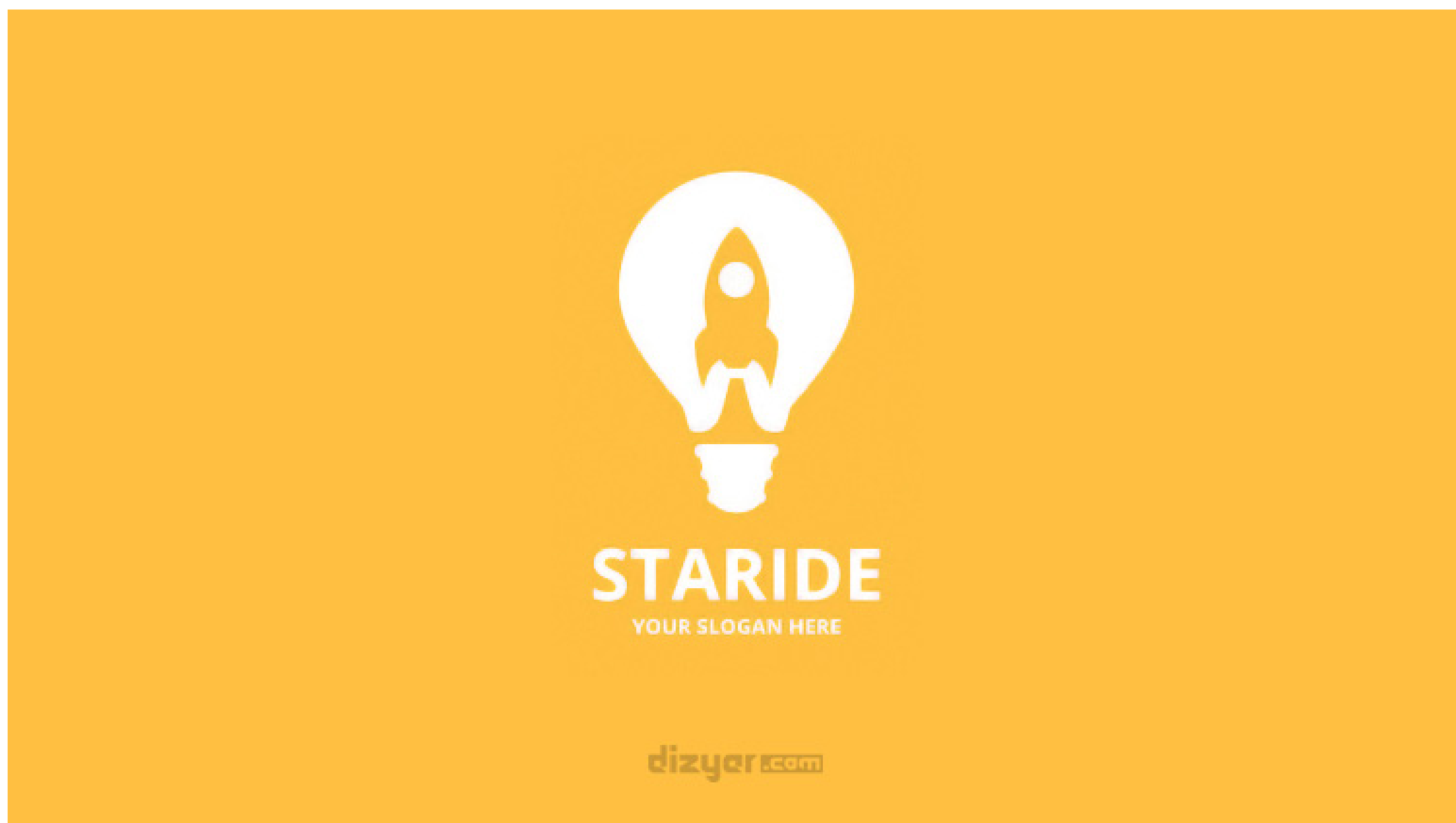
۵- اگر ما می‌توانستیم برندمان را در سه کلمه توصیف کنیم، این کلمات چه بودند؟

۶- آن سه کلمه‌ای که می‌خواهیم مشتریانمان برای توصیف ما استفاده کنند، چه هستند؟

* الهاماتی را بیابید.

دشوارترین قسمت فرایند طراحی می‌تواند جست و جو برای الهام باشد. خوشبختانه، ما چند راهنمایی برای شما آماده کرده‌ایم که کارتان را بسیار آسان خواهند ساخت.

*کارتان را با طوفان مغزی آغاز کنید.



شاید شما یک فرد ادراکی هستید و می‌خواهید کارتتان را با جمع‌آوری نظرات گفتاری آغاز کنید. ممکن است برای دستیابی به ظاهر و احساسی که به دنبالش هستید، تنها به یک جلسه‌ی مناسب طوفان مغزی نیاز داشته باشید. در اینجا سه مرحله گفته شده است که به شما در رسیدن به نظرات خلاقانه کمک می‌کنند:

۱- از قوانین طوفان مغزی پیروی کنید: طوفان مغزی یعنی اینکه تمامی نظرات را بیان کرده (حتی آن‌هایی را که بسیار بد هستند) و آن‌ها را یادداشت کنید. حتی یک ایده‌ی بسیار بد نیز می‌تواند باعث آغاز گفت و گویی شود که به راه‌حلی فوق‌العاده منتهی می‌شود.

بیشتر آموزش ببینید

کلیک کنید**آموزش استفاده از اثر گشتالت در طراحی لوگو**
<http://www.dizyar.com/gestalt-effect-in-logo-design/>

۲- همانند مشتریانان فکر کنید: فهرستی از کلماتی ایجاد کنید که برندگان را توصیف

کرده و مشخص می‌سازند که می‌خواهید دیگران از آن چه ادراکی داشته باشند. همانند فردی در بازار هدف‌تان فکر کرده و چیزی که برایتان اهمیت خواهد داشت را در نظر بگیرید.

۳- همه‌ی افراد را درگیرد سازید: طوفان مغزی یک فرد خوب است، اما تنها گوناگونی و تفاوت است که می‌تواند معجزه ایجاد کند. تمامی افراد از همه‌ی قسمت‌ها یا حتی دوستان یا شرکای تجاری را به دور هم جمع کنید. هر چه دیدگاه‌ها و نظرات بیشتر باشند، بهتر است.

**dizyer.com**

طراحی لوگو بلک استون طراحی شده توسط دیزیار

هنگامی که زمان طوفان مغزی برای لوگویتان است، از تفکر خارج از جعبه و کمی متفاوت بودن نترسید. می‌بینید که چگونه لوگو "بلک استون دوهه" به زیرکی ایده‌هایی را با یکدیگر ترکیب کرده که لزوماً آن‌ها را مرتبط به یکدیگر نمی‌دانید؛ ترکیب کرگدن و سنگ. این گزینه‌های ابتکاری لوگو به آن‌ها این اجازه را می‌دهد تا ابراز هویت کرده و در میان جمعیت، برجسته‌تر باشند.

*یک تابلوی احساسات بسازید.

اگر فردی بصری هستید، تابلوی احساسات می‌تواند ابزاری فوق العاده برای الهام بخشی به شما باشد. می‌توانید یک تابلوی واقعی را با بریدن و چسباندن تصاویر (در این‌جا، سایت پینترست یک انتخاب مناسب خواهد بود) بسازید. به سادگی، تمامی تصاویری را که مجذوبتان می‌کنند جمع آوری کنید؛ این تصاویر ممکن است لوگوهای دیگر، ترکیبات رنگ و تصاویر یا نقش‌ها باشند. خواهید دید که تابلوی احساساتتان به سرعت نشان خواهد داد که به چه سبک و ویژگی‌های طراحی تمایل و کشش دارید.

فکر کنید چگونه می‌توانید کسب و کارتان را در لوگویتان ترسیم کنید. "فرش اند تیستی"، یک غذای محلی و سالم بوده و لوگوی محصولاتشان نیز به خوبی نشان می‌دهد که این سبزیجات با دست برداشت شده‌اند. اگر به دنبال زیبایی مشابه هستید، تابلوی احساساتتان ممکن است شامل تصاویری از لوگوهای محصولات، تصاویر دست ساز و اشکال و رنگ‌های طبیعی باشد؛ یا ببینید که چگونه لوگوی "ولکر" هویت برند را در نشانی خشن به تصویر می‌کشد اما همچنان حاوی احساسی لوکس است. تابلوی احساساتتان به شما این فرصت را می‌دهد تا تمامی این عناصر را در کنار یکدیگر جمع آوری کنید.



یک لوگو ارگانیک



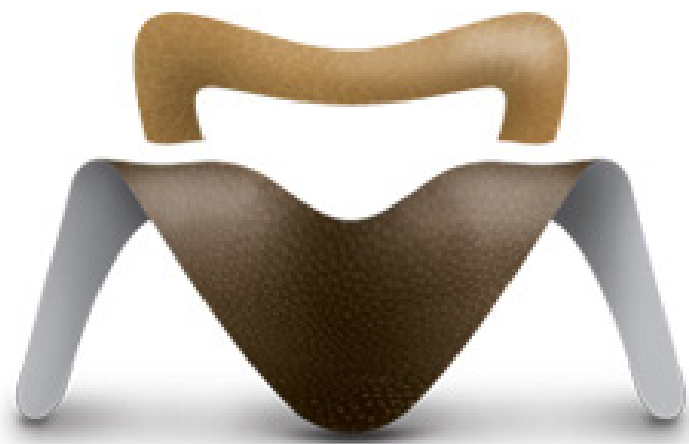
dizyer.com

طراحی لوگو کلاسیک و جاودانه - طراحی توسط دیزیار

*به رقابت توجه کنید.

بهترین مکان برای قرض گرفتن ایده‌ها (و نه دزدیدن) و نظرات کجاست؟ صحنه‌ی رقابتان! ببینید که هم‌اکنون چه چیزهایی در آن وجود دارد، چه چیزی مناسب مشتریانان بوده و از چه چیزهایی باید اجتناب کنید. زمانی که کسب و کارهای دیگر را بررسی می‌کنید، فکر کنید که چه چیزی آن‌ها را نسبت به شما متمایز می‌سازد و چگونه می‌توانید در طراحی لوگویتان، بر این تفاوت‌ها تاکید کنید.

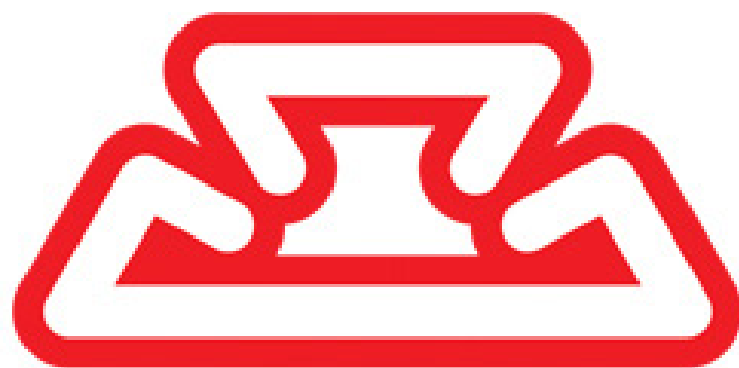
مطمئن شوید که کاملاً خودتان را از رقابتان متمایز می‌سازید. اگر تمامی کسب و کارهای دیگر در صنعتتان تنها از یک رنگ استفاده می‌کنند، شاید شما باید از رنگ‌ها برای برجسته شدن استفاده کنید. اگر همه‌ی افراد دیگر کلاسیک هستند، شاید یک لوگوی مدرن و سرگرم کننده، توجه‌ها را به خود جلب کند.



Paramount

dizyer.com

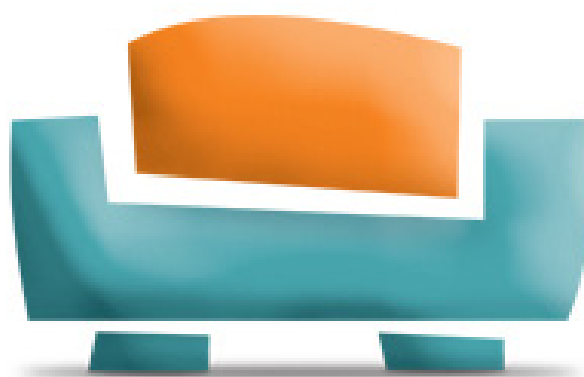
یک لوگو کلاسیک مبلمان - طراحی شده توسط دیزیار



PARAMOUNT

dizyer.com

یک لوگو مدرن مبلمان - طراحی شده توسط دیزیار



Paramount

dizyer.com

یک لوگو سرگرم کننده و بانشاط مبلمان - طراحی شده توسط دیزیار

این سه لوگوی مربوط به مبلمان را مشاهده کرده و ببینید که چگونه هویت برندشان را منتقل می‌سازند. یکی کلاسیک و قابل اعتماد است، در حالیکه دیگری مدرن و جالب به نظر می‌رسد. هرچند اگر به دنبال لوگویی بامزه و صمیمانه هستید، لوگوی سوم با رنگ‌های روشن و تصویر عجیبش الهام بخش شما خواهد بود.

۳- چگونه لوگویتان را طراحی کنید؟

اکنون که تصویری واضح از برندتان دارید و از موضوعی الهام گرفته‌اید، زمان آن است که آن الهام را به شکل یک طراحی تفسیر کنید. در اینجا عناصر بسیار زیادی نقش خواهند داشت؛ از رنگ‌ها، اشکال و تصاویر گرفته تا نوشته‌ها. تفکیک هر جزء و نقشی که می‌تواند برای لوگویتان ایفا کند، به شما کمک می‌کند تا کارتان را قدم به قدم پیش ببرید، به جای اینکه کل طراحی در یک زمان دلزده و دلسردتان کند.

*سبک طراحی‌تان را انتخاب کنید.

زمانی که به لوگویتان فکر می‌کنید، اولین کاری که باید انجام دهید، انتخاب زیبایی طراحی برندتان است. هیچ سبک واحدی وجود ندارد که برای همه مناسب باشد، اما سبکی وجود دارد که برای برندتان، بهترین است.

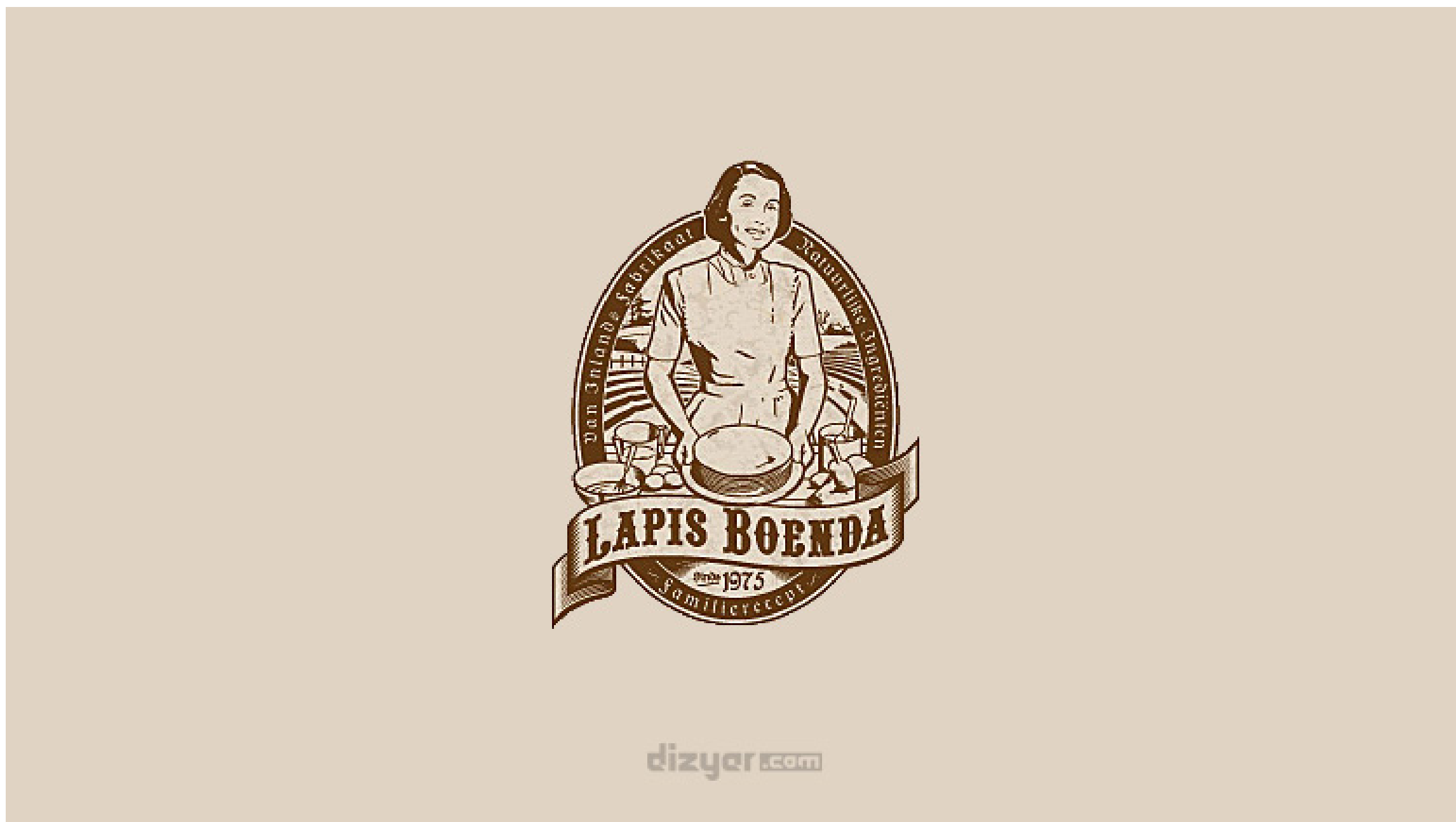


dizyer.com

یک لوگو قابل اعتماد و ماندگار - طراحی توسط دیزیار

لوگوهای به روز می‌توانند جالب و هیجان انگیز باشند، اما می‌توانند به سرعت نیز قدیمی به نظر برسند. یک سبک کلاسیک به شما قدرت بهتری برای ماندگاری اعطا می‌کند و می‌تواند به شما در دسترسی به مشتریان بیشتری کمک کند. این زیبایی،

ساده بوده و از رنگ‌ها، اشکال یا نوشته‌های متنوع استفاده نمی‌کند. یک سبک کلاسیک به افراد این حس را القا می‌کند که شما قابل اعتماد و اهل عمل هستید.



یک لوگو سنتی محصول

سنتی یا سبک قدیمی

دلیلی وجود دارد که چرا طرح‌های سنتی و قدیمی در مدت اخیر محبوب بوده‌اند. آن‌ها به سرعت گذشته را به یادتان آورده و احساسات خیال انگیز نوستالژی را برمی‌انگیزند. یک لوگوی قدیمی به مشتریان می‌گوید که تاریخ برایتان اهمیت داشته و هر چیزی که می‌فروشید، به خوبی تهیه شده است. لوگوهای با ظاهری کهنه که با دست طراحی شده و حاوی رنگ‌های خانوادگی قهوه‌ای و بژ هستند، به خوبی در این دسته جای می‌گیرند.



dizyer.com

طراحی لوگو به شدت مدرن و ساده‌ی هندسی - طراحی لوگو توسط دیزیار

مدرن، ساده و مینیمالیستی

برندها اغلب برای منتقل ساختن مدرن و جدید بودنشان از سبکی ساده و تمیز استفاده می‌کنند. این سبک از فضای سفید زیاد، جزئیات کم و خطوط ساده استفاده می‌کند که اغلب منجر به لوگوهای صاف و مسطح می‌شوند. یک سبک ساده و مدرن به مشتریان نشان می‌دهد که برندگان به روز و جذاب بوده و می‌دانند که چه چیزی اهمیت دارد.



dizyer.com

لوگو گلدن سی فود - یک لوگو رنگارنگ و عجیب - طراحی لوگو توسط دیزیار

جالب و عجیب

این انتخابی محبوب برای برندهایی است که مشتریان هدف جوان (یا افرادی که دلشان جوان است) دارند. سبک جالب و عجیب، رنگارنگ و جذاب بوده و اغلب از نمادها یا تصاویری برای ایجاد احساس مثبت و صمیمانه استفاده می‌کند. تصویری شیرین یا ساده و عجیب انتخاب کنید تا هویت جالب برندتان را آشکار سازد.



dizyar.com

طراحی لوگو هنرمندانه و دست ساز

دست ساز

سبک دست ساز پیامی روشن را منتقل می‌سازد: این برند، منحصر به فرد بوده و نمادی برای کیفیت محصول دست ساز است. این سبک به خوبی در ترکیب با سبک‌های دیگر همانند کلاسیک، برای منتقل ساختن پیام عمل می‌کند؛ همچنین می‌توان آن را با سبک‌های مینیمال و جالب نیز برای ظاهری ساده و سطح بالا یا جوان و درخشان ترکیب کرد.

بیشتر آموزش ببینید

کلیک کنید

با چه نرم افزاری لوگو طراحی کنیم

<http://www.dizyar.com/with-what-logo-software/>

نمی‌توانید فقط یک سبک را انتخاب کنید؟

این سبک‌ها با یکدیگر ناسازگاری ندارند: آن‌ها را با یکدیگر ترکیب کنید تا به طراحی برسید که برای برندتان مناسب است. برای مثال، برندتان می‌تواند دست ساز و در عین حال جالب باشد. ببینید که چگونه لوگوی عجیب "گلدن سی فود" توجه را به خودش جلب می‌کند.

*مناسب‌ترین نوع لوگو را بیابید.

علاوه بر سبک‌های کلی، ۷ نوع لوگو وجود دارد که می‌توانید هنگام طراحی لوگویتان، از میان آن‌ها انتخاب کنید. می‌توانید طرحی را انتخاب کنید که مناسب نام شرکتتان است یا زیبایی کلی بیشتری دارد یا آن‌ها را با یکدیگر ترکیب کنید تا طرحی منحصر به فرد و جدید خلق کنید.



dizyer.com

طرحی لوگو حروف (Lettermark logo)



dizyer.com

طرح کلمه (لوگوتایپ) - (Wordmark) - طراحی شده توسط دیزیار

۱- طرح حروف (یا لوگوهای اسامی)

لوگوهای حروف می‌توانند به ساده ساختن لوگوی شرکتان کمک کنند؛ به خصوص اگر اسمتان بسیار دشوار است یا به خاطر سپردن آن سخت است. بسیاری از کسب و کارها، حروف ابتدای اسم‌هایشان را انتخاب می‌کنند؛ همانند CNN، HP، یا H&M. این اسامی می‌توانند برای لوگوهای مینیمالیستی فوق العاده باشند، اما به خاطر داشته باشید که در ابراز موضوع کسب و کارتان خیلی موفق نیستند.

۲- طرح نشان کلمه (یا حروف اسم شرکت)

نشان‌های کلمه، روشی آسان برای استفاده از نام شرکت به عنوان یک لوگو است. برای اعطای هویت و ارزش مشخص، از تایپوگرافی استفاده می‌شود؛ به طرح کلمه‌ی لوگوی "کادوکار" توجه کنید. اگر برندتان اسمی فوق العاده دارد، استفاده از این روش برای قرار دادن آن در صحنه‌ی رقابت، بسیار عالی است.



dizyer.com

نشان تصویری - طراحی شده توسط دیزیار



dizyer.com

لوگو انتزاعی چاپ نقشینه امین - طراحی شده توسط دیزیار



dizyer.com

لوگو نماد انسان - طراحی شده توسط دیزیار

۳- نشان‌های تصویری (یا سمبل‌های لوگو)

زمانی که کلمه‌ی "لوگو" را می‌شنویم به نشان‌های تصویری یا سمبل‌های لوگو فکر می‌کنیم. این سمبل‌ها، تصاویر نمادینی هستند که به آسانی قابل تشخیص بوده و

برندتان را با یک تصویر نشان می‌دهند. می‌توانید چیزی ساده یا بسیار پیچیده را انتخاب کنید، اما مطمئن شوید نمادی را انتخاب می‌کنید که ارتباطی منحصر به فرد با برندتان ایجاد می‌کند. بسیاری از اوقات، این تصاویر با نشان کلمه همراه می‌شوند (تا مشتریان اسمتان را بدانند؛ حداقل تا زمانی که از لحاظ شناسایی برند همانند اپل و تارگت باشید).

بیشتر آموزش ببینید

کلیک کنید**آموزش طراحی لوگو به شیوه اصول عصب شناسی مغز**<http://www.dizyar.com/how-neuro-design-logo/>

۴- نشان‌های لوگوی انتزاعی

نشان‌های لوگوی انتزاعی، به جای یک نماد قابل شناسایی، شکل‌های هندسی هستند که ارتباطی فوری با تصویر موجود برقرار نمی‌کنند اما چیزی کاملاً جدید را برای برندتان ایجاد می‌کنند. یک نشان لوگوی انتزاعی، کسب و کارتان را به شکل یک نماد در می‌آورد که واقعاً برایتان منحصر به فرد است. لوگوی "چاپ نقشینه امین" نشان می‌دهد که یک لوگوی انتزاعی چقدر می‌تواند مدرن به نظر برسد و در عین حال، شخصیت و هویت زیادی نیز داشته باشد. اگر می‌خواهید لوگوی انتزاعی‌تان حالت و حس به خصوصی را ایجاد کند، معانی اشکال هندسی مختلف لوگو را دریابید.

۵- نمادهای انسان یا حیوان

این نمادها، روشی جالب برای هویت بخشی به برند بوده و اغلب شخصیت‌های کارتونی و رنگارنگی هستند که کسب و کارتان را به شیوه‌ای دوست داشتنی و صمیمانه همانند "مستر" بالا نشان می‌دهند.



dizyer.com

نشان مرکب - طراحی لوگو چاپلین - طراحی شده توسط دیزیار



dizyer.com

لوگو نماد - طراحی لوگو رستوران شفיעی - طراحی شده توسط دیزیار

۶- نشان مرکب

یک نشان مرکب دقیقاً مانند اسمش عمل می‌کند: یک نماد را با نشان کلمه ترکیب

می‌کند تا لوگویی را ایجاد کند که به آسانی قابل شناسایی است. نام برند یا در کنار نماد آورده خواهد شد یا در عنصر گرافیکی گنجانده خواهد شد؛ همانند شیوه‌ای که طراح، لوگوی “چاپلین” را به تصویر می‌کشد. مردم هر دو عنصر را به برندتان مرتبط خواهند دانست که به شما اجازه می‌دهد آن‌ها را به تنهایی یا با یکدیگر استفاده کنید.

۷- لوگوی نماد

لوگوی نماد همانند نشان‌های مرکب، اغلب ترکیبی از کلمه و عناصر تصویری بوده و معمولاً حاوی متنی است که با نماد یا نشانی همانند مدال‌ها، مهرها یا تاج‌ها ادغام شده است. نشان “رستوران شفیع” نشان می‌دهد که چگونه این اشکال سنتی می‌توانند ظاهری بسیار قدیمی و کلاسیک به شما ارائه کنند.

*به رنگ توجه کنید.

رنگ‌ها معانی بسیار مختلفی دارند. روانشناسی پشت رنگ پیچیده است؛ اما به طور خلاصه، احساسات و نظرات مشخصی به رنگ‌ها مرتبط هستند. برای مطالعه و یادگیری بیشتر درباره‌ی نظریه‌ی رنگ‌ها، این موضوع را در راهنمایی عمیق درباره‌ی روانشناسی رنگ لوگو بخوانید.



dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ بندی زرد و مشکی - طراحی لوگو عسل مقدسی - طراحی توسط دیزیار



dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ قالب قرمز - طراحی لوگو ذغال محفل - طراحی توسط دیزیار



dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ قالب نارنجی - طراحی لوگو آبمیوه بستنی پرتقال - طراحی شده توسط دیزیار



dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ قالب سبز - طراحی لوگو صنایع غذایی سلامت - طراحی لوگو شده توسط دیزیار



dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ قالب آبی - طراحی لوگو شرکت تسویه آب رونیستا - طراحی لوگو توسط دیزیار



Saffronia

dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ قالب بنفش - طراحی لوگو زعفران سافرونیا - طراحی لوگو توسط دیزیار



dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ صورتی - طراحی لوگو کلینیک زیبایی ارکید - طراحی لوگو توسط دیزیار



dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ قالب قهوه ای - طراحی لوگو صنایع بسته بندی نکوکارتن - طراحی لوگو توسط دیزیار



dizyer.com

طراحی لوگو با رنگ مشکی - طراحی لوگو لوازم خانگی بلک استون - طراحی لوگو توسط دیزیار

قرمز: قرمز بیانگر هیجان، اشتیاق و عصبانیت است و اگر برندگان رسا و جوان بوده و می‌خواهید که برجسته باشد، این رنگ، انتخابی فوق العاده است.

نارنجی: نارنجی نسبت به قرمز کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد اما به همان اندازه

پرانرژی است. نارنجی رنگی پرتحرک، انرژی بخش و شاد است.

زرد: اگر می‌خواهید در دسترس و دوستانه به نظر برسید، رنگ زرد انتخابی مناسب است. این رنگ، انرژی شاد، قابل دسترس و شادابی را منتقل می‌سازد.

سبز: این رنگ، رنگی چند بعدی بوده و می‌تواند برای هر برندی مناسب باشد؛ به خصوص برای هر کسی که می‌خواهد ارتباطی با طبیعت برقرار سازد، فوق العاده می‌باشد.

آبی: رنگ آبی، بسیار کلاسیک بوده و انتخابی محبوب است. این رنگ، آرامش بخش و جذاب است و نمادی برای قابلیت اعتماد و بلوغ به شمار می‌رود.

بنفش: با رنگ بنفش می‌توانید لوکس و تجملی به نظر برسید. رنگ بنفش بر اساس درجه‌ی رنگی‌اش می‌تواند مرموز، تنوع طلب و زنانه باشد.

صورتی: اگر به دنبال رنگی دخترانه هستید، رنگ صورتی بهترین انتخاب خواهد بود اما این تمام ماجرا نیست!! صورتی با درجه‌ی رنگ‌هایی همانند صورتی چرک، کالباسی یا سرخابی روشن می‌تواند به لوگویتان ظاهری رشد یافته و جذاب و در عین حال، جوان و زنانه اعطا کنند.

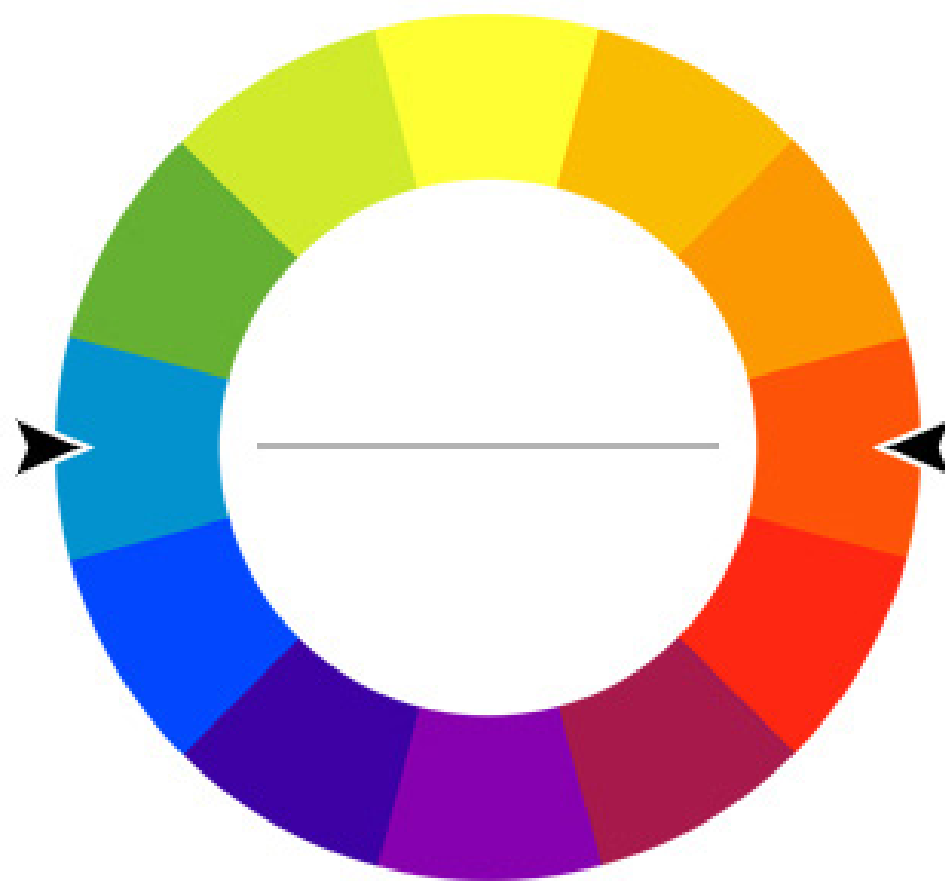
قهوه‌ای: در ابتدا ممکن است انتخاب این رنگ کمی عجیب به نظر برسد، اما انتخابی مناسب برای لوگوهای نیرومند و مردانه می‌باشد. این رنگ می‌تواند به برندتان ظاهری دست ساز، منحصر به فرد و رشد یافته اعطا کند.

سیاه: اگر به دنبال ظاهری براق، مدرن و لوکس هستید، این رنگ انتخابی عالی خواهد بود. اگر می‌خواهید لوگویتان ساده باشد، یک لوگوی مینیمالیستی سیاه و سفید انتخابی مناسب خواهد بود.

سفید: می‌خواهید لوگویتان پاک، مدرن و مینیمالیستی به نظر برسد؟ از رنگ سفید زیادی در لوگویتان استفاده کنید. رنگ سفید به عنوان یک رنگ طبیعی به خوبی با ترکیب با رنگ‌های دیگر عمل می‌کند و ظاهری پاک، جوان و اقتصادی را به لوگو می‌افزاید.

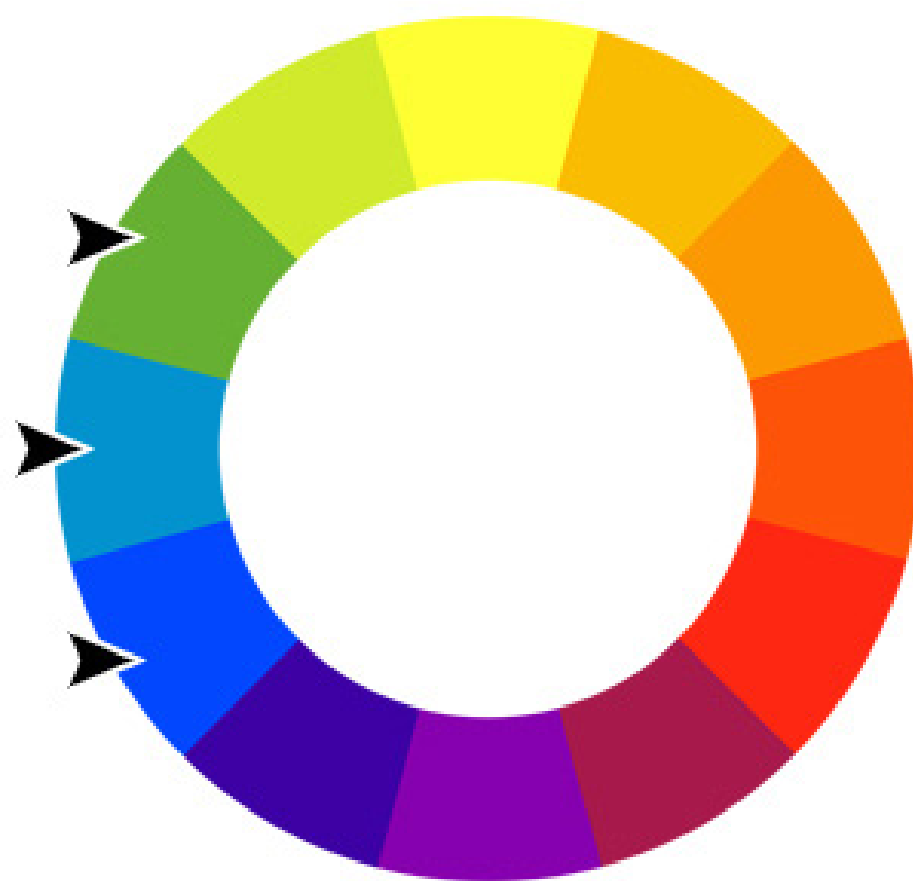
خاکستری: اگر می‌خواهید ظاهری بالغ، کلاسیک و جدی داشته باشید، رنگ خاکستری بهترین انتخاب است. درجه‌های تیره‌تر آن، مرموزتر و درجه‌های روشن‌تر آن قابل دسترس‌تر به نظر می‌رسند.

ترکیب رنگ‌ها



dizyer.com

مکمل، دو رنگ متضاد - در چرخه رنگ روبروی هم قرار میگیرند



dizyer.com

مشابه: سه رنگ مجاور



dizyar.com

سه گانه: سه رنگ با فاصله‌های برابر در چرخه‌ی رنگ

البته نیازی نیست که تنها از یک رنگ و لوگوی تک رنگ استفاده کنید، اما می‌توانید رنگ‌های بسیاری را با یکدیگر ترکیب کنید تا داستان رنگی کاملی را بیان کنید. برای انتخاب رنگ‌هایی که با یکدیگر به خوبی عمل می‌کنند، به چرخه‌ی رنگ نگاه کنید.

* رنگ‌های مکمل در چرخه‌ی رنگ دقیقاً رو به روی یکدیگر قرار داشته، جذابیت‌های هر دو رنگ را به نمایش گذاشته و ظاهری بسیار پویا خلق می‌کنند.
* رنگ‌های مشابه در چرخه‌ی رنگ در کنار یکدیگر قرار دارند. اگر می‌خواهید رنگ‌های لوگویتان هماهنگ باشند، این رنگ‌ها به خوبی این کار را انجام خواهند داد.
* رنگ‌های سه گانه از سه بخش کاملاً برابر در چرخه‌ی رنگ گرفته می‌شوند. برای داشتن تاثیری محرک و برجسته از این رنگ‌ها استفاده کنید.

بیشتر آموزش ببینید

کلیک کنید

طراحی لوگو با دایره

<http://www.dizyar.com/logo-design-with-circle/>



در لوگوی "رونیستا" رنگ‌های مشابه برای ایجاد تاثیری هماهنگ به خوبی عمل می‌کنند.

رنگ‌های مکمل آبی و سبز در این لوگو باعث برجسته شدن هر دو رنگ می‌شود.
رنگ آبی نماد آب و رنگ سبز نماد تصفیه آب به روش ارگانیک می باشد.



dizyer.com

در لوگو “اندیشه سازان” رنگ‌های مکمل برای ایجاد تاثیری هماهنگ به خوبی عمل می‌کنند.



dizyer.com

رنگ‌های مشابه در چرخه‌ی رنگ در کنار یکدیگر قرار دارند. اگر می‌خواهید رنگ‌های لوگویتان هماهنگ باشند، این رنگ‌ها به خوبی این کار را انجام خواهند داد.



dizyer.com

رنگ‌های سه گانه از سه بخش کاملاً برابر در چرخه‌ی رنگ گرفته می‌شوند. برای داشتن تاثیری محرک و برجسته از این رنگ‌ها استفاده کنید.

طرح نوشته‌ی مناسب را انتخاب کنید.

باید فونتی را انتخاب کنید که لوگویتان را تکمیل کند. چهار نوع فونت اصلی وجود دارد که می‌توانید از آن‌ها استفاده کرده و به لوگویتان ظاهری منحصر به فرد ببخشید.

BOSS
H U G O B O S S

dizyer.com

یگ لوگو با فونت سریف کلاسیک



یگ لوگو با فونت سنس سریف مدرن - طراحی لوگو سوشیا - تولید کننده لوازم آرایشی - طراحی لوگو توسط دیزیار

۱- فونت‌های سریف

می‌بینید که فونت چگونه به لوگوی "boss - باس" ظاهری زیبا و جاویدان بخشیده است؟ فونت‌های سریف می‌توانند باعث شوند که لوگویتان کلاسیک و گران قیمت به نظر برسد. سریف‌ها، "سرکش‌های" کوچک در انتهای کلمات هستند که باعث می‌شوند کلمات کمی قدیمی به نظر برسند. این فونت‌ها چند بعدی بوده و با هر طرحی عالی به نظر می‌رسند؛ اما با طرح‌هایی همچون کلاسیک، لوکس و باکیفیت فوق العاده هستند.

۲- فونت‌های سنس سریف

این فونت‌ها برای ظاهری مدرن و ساده، عالی هستند. این فونت‌ها، سرکش‌های موجود در فونت‌های سریف را ندارند که این موضوع باعث می‌شود صاف و ساده به نظر برسند. این فونت برای برندهای مدرن، همانند لوگوی "سوشیا" بالا بسیار مناسب هستند .



یک لوگوی طراحی شده به همراه فونت دست نوشته



dizyer.com

یک فونت تزئینی نمایشی - لوگوی دپات

۳- فونت‌های دست نوشته

این فونت‌ها یادآور دست خط هستند. تنوع زیادی در آن‌ها وجود دارد؛ از فونت‌های

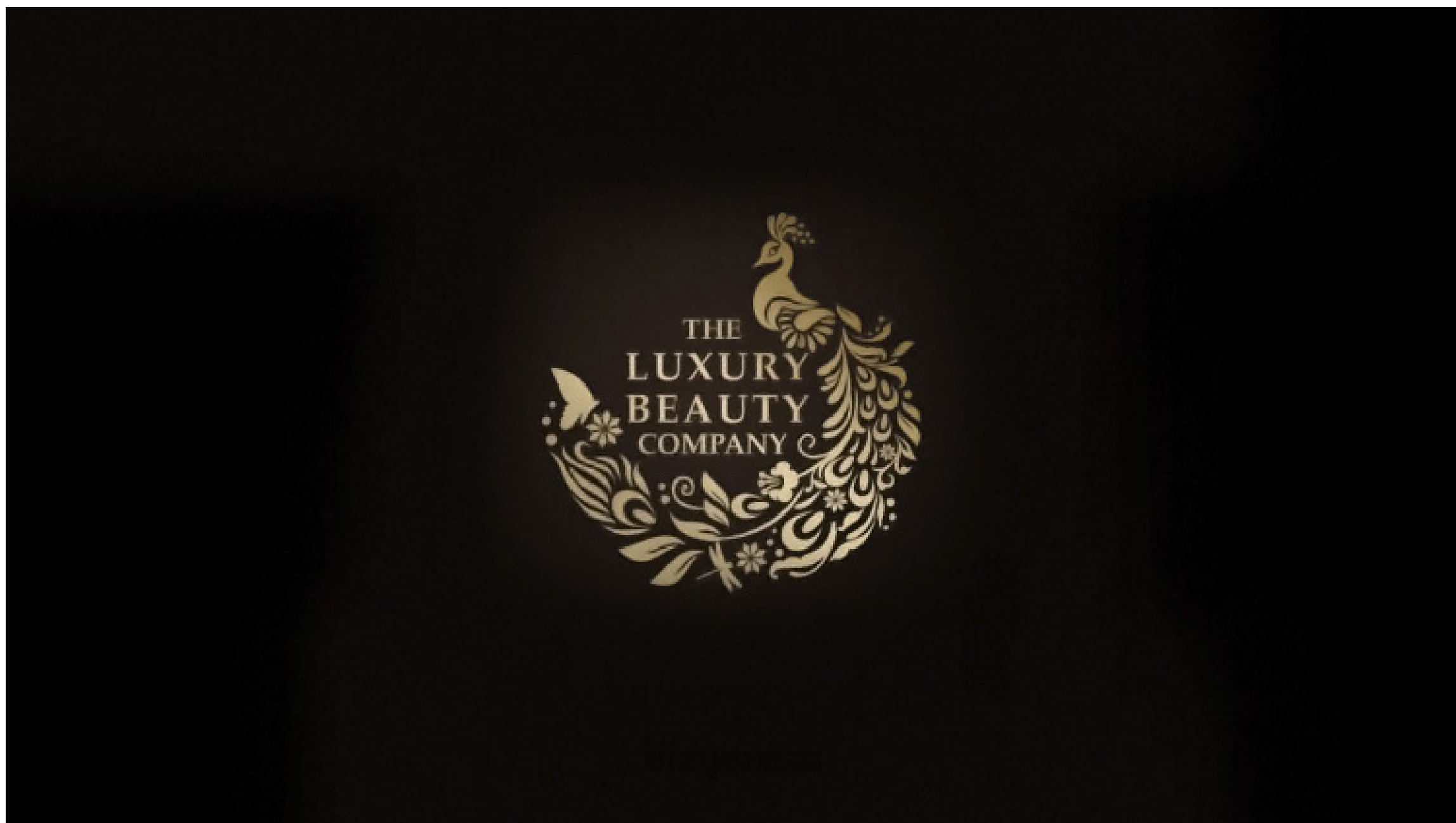
زیبای خطاطی گرفته تا دست نوشته‌های شخصی و واقعی. همانند لوگوی “گود تایم” بالا، از این فونت‌ها استفاده کنید تا به لوگویتان ظاهری فردی‌تر ببخشید.

۴- فونت‌های نمایشی

این فونت‌ها، فونت‌های تزئینی هستند که به شدت دارای سبکی خاص بوده و توجه را به خودش جلب می‌کنند. به لوگوی “دپات” بالا نگاه کنید

زمانی که فونت‌های مختلف را با یکدیگر ترکیب می‌کنید، طرح نوشته‌تان می‌توان بسیار قدرتمند شود. چگونگی آن را در این راهنما برای انتخاب فونت‌هایی برای برندتان بخوانید.

*در کنار هم قرار دادن عناصر طراحی‌تان



نمونه لوگو - یک طراحی لوگوی کلاسیک و زیبا



dizyer.com

لوگو گالری نقاشی روبان - شکل رنگارنگ و انتزاعی، به این لوگو ظاهری مدرن و منحصر به فرد بخشیده است.

اکنون که تمامی عناصر سازنده‌ی لوگویتان را می‌شناسید، باید مطمئن شوید که در کنار یکدیگر به خوبی کار می‌کنند. آن‌ها را باید به گونه‌ای هماهنگ ترکیب کنید تا احساسی را القا کنند که به دنبالش هستید.

لوگوی نمونه طاووس با استفاده از نشانی ترکیبی در یک شکل طبیعی، فونت کلاسیک سریف و رنگ طبیعی طلایی، جای هیچ شکی باقی نمی‌گذارد که این برند می‌تواند برندی زیبا، طبیعی و گران قیمت است. از طرف دیگر، ”لوگوی ربان“ برای دستیابی به ظاهری منحصر به فرد و شاداب، اشکال رنگارنگ و انتزاعی را ترکیب کرده که باعث می‌شود این لوگو، نوآورانه و جذاب به نظر برسد.

۴- برنامه ریزی فرایند طراحی برند



یک لوگوی منحصر به فرد و به یاد ماندنی

اکنون که تمامی نکات ضروری مربوط به سبک‌ها را در نظر گرفته‌اید، می‌توانید طراحی را آغاز کنید! راه‌های زیادی برای ایجاد یک لوگو وجود دارد، پس باید ببینید که کدام یک از آن‌ها به بهترین شکل برایتان مناسب است. نمایندگی، مسابقه‌ی لوگو، پروژه‌ی یک به یک یا سازنده‌ی لوگو؟ کیفیت‌های مختلف، قیمت‌های مختلفی داشته و تمامی موارد بالا، نقاط ضعف و قوت خودشان را دارند. مقاله‌ی مرتبط با گزینه‌ها و هزینه‌های طراحی لوگو را بخوانید تا نظری اجمالی بر گزینه‌های در دسترس‌تان داشته باشید. نظر ما ممکن است متعصبانه به نظر برسد ولی فکر می‌کنیم که یک مسابقه‌ی طراحی لوگو، بهترین روش به دست آوردن لوگو است.

با طراحان گفت و گو کنید.

اولین قدم از همکاری با طراحان این است که به صورت شفاف با یکدیگر در ارتباط باشید تا مطمئن شوید که طراحی‌تان عالی از آب در می‌آید. نوشتن خلاصه‌ای واضح و خلاقانه به طراحان کمک می‌کند تا دریابد شما چه کسی بوده و به چه چیزی

نیاز دارید. مطمئن شوید تا جایی که می‌توانید اطلاعات بیشتری درباره‌ی شرکت و سبکتان به او می‌دهید تا طراح بتواند چیزی را خلق کند که واقعاً برایتان منحصر به فرد است.

بیشتر آموزش ببینید

کلیک کنید**آموزش پنج اصل مهم در طراحی لوگو**<http://www.dizyar.com/learn-five-important-principles-in-logo-design/>

گاهی اوقات لازم است که به طراحان اعتماد کنید، اما سعی کنید که پیشنهادات را نیز در نظر بگیرید. به یاد داشته باشید که طراحان، فردی بامهارت بوده و می‌داند چه چیزی یک لوگوی خوب را می‌سازد. ارائه‌ی بازخور زیاد و باجزئیات به طراح کمک می‌کند تا بداند شما چه چیزی دوست دارید. این مطلب ممکن است ناخوشایند به نظر برسد ولی حقیقت دارد: زمانی که شما و طراحان با یکدیگر کار می‌کنید، بهترین طراحی خلق خواهد شد.

گزینه‌هایتان را ارزیابی کنید.



dizyar.com

این لوگو، یکی از گزینه‌هایی بود که "اسپارتان" می‌توانست در مسابقه‌ی طراحی برندش از میان گزینه‌ها انتخاب کند.



dizyer.com

به علاوه، آن‌ها می‌توانستند این لوگوی سنتی را نیز انتخاب کنند.



dizyer.com

یا این لوگوی مدرن



dizyer.com

و همچنین می‌توانستند این لوگوی دست ساز را به همراه ۱۱۱ طراحی بیشتر انتخاب کنند. این کار همانند انتخاب فرزند مورد علاقه است!

این مرحله می‌تواند سخت‌ترین مرحله باشد، پس از برخی از دوستان، مشتریان بالقوه و همکارانتان بازخور دریافت کنید تا به شما در تصمیم‌گیری کمک کنند. در این‌جا چند سوال کلی آورده شده است که می‌توانید آن‌ها را هنگام ارزیابی گزینه‌های لوگویتان از خودتان بپرسید:

- ۱- آیا در ۲ ثانیه می‌توانید بگویید چه چیزی است؟ آیا مردم به سرعت خواهند فهمید که کسب و کارتان چه کاری انجام می‌دهد؟
- ۲- آیا ساده و به یاد ماندنی است؟ آیا مشتریان قادر خواهند بود آن را به خاطر بسپارند؟
- ۳- آیا این طراحی چند منظوره خواهد بود؟ آیا می‌تواند برای تمامی نیازهای برندتان به کار رود؟
- ۴- آیا جاویدان است یا چند سال آینده مجبور خواهید بود آن را دوباره طراحی کنید؟
- ۵- آیا منحصر به فرد است؟ آیا شما را از رقبایتان متمایز می‌سازد؟
- ۶- آیا برای مشتریان هدف‌تان جذاب خواهد بود؟

مشخصاً اگر لباس‌های بچه‌گانه فروخته و به لوگویی ساده نیاز دارید که می‌توان آن را به پارچه دوخت یا اگر عسلی گران قیمت تهیه کرده و طرحی پیچیده می‌خواهید یا برنامه‌ای با تکنولوژی بالا می‌سازید که بر روی گوشی‌های موبایل افراد نصب می‌شود، نیازها و انتظارات برندتان بسیار متفاوت خواهند بود. پس فراموش نکنید که یک قدم به

عقب برداشته و تصویر بزرگتر و موضوع کلی را در نظر بگیرید. این موضوع درباره‌ی سلیقه‌ی شخصی نیست، بلکه درباره‌ی چیزی است که به بهترین شکل مناسب برندتان باشد.

نبایدهای طراحی یک لوگو



dizyer.com

قطعاً این لوگو برای “نانوایی ماما” مناسب نیست.



dizyer.com

این لوگو برای “گالری آرتمیز”، کلاسیک و جاویدان است - طراحی شده توسط دیزیار



dizyer.com

همانند این لوگو برای “کاغذ سنگ اطلس ایرانیان”، لوگویی ساده انتخاب کنید.

زمانی که در حال طراحی لوگویتان هستید، تله‌هایی بر سر راهتان قرار خواهند گرفت. در این‌جا چند نکته درباره‌ی کارهایی که نباید انجام دهید آورده شده است:

۱- تسلیم کلیشه‌های صنعتتان نشوید. اگر یک دندان پزشک هستید، یک دندان حتماً باید در لوگویتان قرار داشته باشد؟ طبیعتاً خیر. از این گونه لوگوهای عمومی و نوعی اجتناب کنید.

۲- لوگو را خیلی پیچیده نکنید. سادگی، کلید لوگویی به یاد ماندنی (و قابل چاپ) است.

۳- سعی نکنید از مد پیروی کنید. مدها عالی هستند، اما اطمینان حاصل کنید که لوگویتان در سه سال آینده قدیمی به نظر نمی‌رسد.

۴- با افراد غیر حرفه‌ای همکاری نکنید. دوست، کارآموز یا پسر عمویتان قبلاً از فتوشاپ استفاده کرده است، پس می‌تواند در طراحی لوگویتان در پول و زمان صرفه جویی کند؟ این کار را انجام ندهید.

۵- اکنون می‌دانید یک لوگو را چگونه طراحی کنید.

زمانی که لوگویتان را در اختیار دارید، پایه‌ای ایده آل برای تمامی ابزارهای برندینگ که کسب و کارتان نیاز دارد، ایجاد کرده‌اید؛ چه کارتهای شرکت، طراحی بسته بندی یا وبسایت باشد. مشخص کردن سبک، رنگ آمیزی، فونت و ظاهر و احساس کلی برندتان، قدم شروع برای برند بوده و طراح قادر خواهد بود طرحی بی‌عیب برایتان خلق کند و بدین ترتیب، کسب و کارتان آماده است تا وجهه‌ی جدیدش را به دنیا نشان دهد.

قدم بعدی چیست؟



آموزش جامع طراحی حرفه‌ای لوگو

تمام ایده‌های خود را حرفه‌ای اجرا کنید



- آموزش اجرا تخصصی در ۸ سبک مختلف
- آموزش برای ورود به بازار کسب و کار داخلی و خارجی
- آموزش به طور پروژه محور
- آموزش کاربردی و ساده با نرم‌افزار ایلوستریتور
- آموزش توسط طراح گرافیک حرفه‌ای ایرانی

مدرس: امیر فراهانی (طراح گرافیک بین‌المللی)

برای خرید و کسب اطلاعات بیشتر به لینک زیر مراجعه کنید.

<http://www.dizyar.com/pro-logo-design-course/>

کلیک کنید



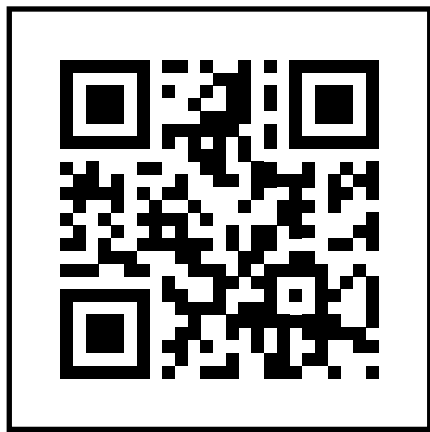
اگر علاقه مند به طراحی لوگو حرفه ای هستید این کتاب از کامل ترین و جامع ترین پست زنده آموزش طراحی لوگو در وب سایت دیزیار برداشته شده است.

مطلب اصلی به صورت پست زنده و همیشه در حال به روز رسانی می باشد.

اگر می خواهید در زمینه طراحی لوگو همیشه به روز باشید و از آخرین به روز رسانی های این کتاب و دیگر مطالب مرتبط با طراحی لوگو اولین نفری باشید که مطلع باشید، به لینک زیر مراجعه و در اولین خبر نامه تخصصی طراحی لوگو رایگان عضو شوید.

<http://www.dizyar.com/designlogo/>

کلیک کنید



dizyer.com